

## 摘要

在這全球濟不景氣的情況下，消費者對於購買之商品或服務越來越精打細算。所得降低和物價上升使得消費者實質所得降低，而面對日常生活用品這類不可缺少的必需品時，更是深思熟慮。屈臣氏是知名的連鎖藥妝店，它不僅賣藥品和化妝品，它還販售一般的民生用品。所以，本研究以屈臣氏連鎖藥妝店為例，研究屈臣氏的服務的創新、不同促銷方式及消費者的知覺價值對購買意願的影響。

本研究的目的為：

- 1、 了解消費者對於屈臣氏服務創新的看法。
- 2、 研究不同服務創新對於消費者購買意願的影響。
- 3、 了解消費者對於屈臣氏促銷活動的看法。
- 4、 研究不同促銷活動對於消費者購買意願的影響。
- 5、 探討知覺價值與購買意願之間的關係。

並藉由 SPSS 統計軟體分析屈臣氏的服務創新、不同促銷方式、顧客知覺價值對於蒞臨屈臣氏的顧客購買意願的影響。經由本研究分析結果，研究的結論是：

- 1、 服務創新會部分影響消費者的購買意願
- 2、 不同促銷方式對於消費者購買意願會有不同的影響。
- 3、 知覺價值顯著影響購買意願與忠誠度。

**關鍵字：**服務創新、促銷方式、知覺價值、購買意願

**Key Words:** Purchase Intention、Service Innovation、Promotions、  
Perceived value